

OBESIDADE COMO PAUTA NOS SUPLEMENTOS JORNALÍSTICOS INFANTIS: PRESENÇA SUBLIMINAR OU AUSÊNCIA PREMEDITADA?

Autores: SILVEIRA, Sacha¹; PESSONI, Arquimedes²

Resumo: O trabalho busca mapear a presença de matérias sobre obesidade infantil nos jornais de maior circulação em São Paulo – *Folha de S.Paulo* e *O Estado de S.Paulo* – e seus respectivos suplementos infantis – *Folhinha* e *Estadinho*. A presente pesquisa quer identificar o que vem sendo oferecido de informações para as crianças sobre um dos males que mais aflige as crianças, a obesidade infantil, as fontes de informação e principais enfoques das matérias.

Palavras-chave: obesidade infantil, saúde, alimentação, mídia, suplementos infantis.

INTRODUÇÃO

A obesidade infantil é uma enfermidade cada vez mais presente nas crianças em faixas etárias que antecedem o período da adolescência. A mudança dos hábitos alimentares, sobretudo nas grandes metrópoles, faz com que o aumento do peso se dê desde os primeiros anos de vida, acarretando muitos problemas.

Considerada pelos estudiosos como a doença do século XXI, a obesidade vem se alastrando entre as crianças, principalmente com a influência das propagandas publicitárias, que fazem com que o mundo infantil seja regido por uma alimentação inadequada e com altas calorias. DAMIANI *et al* (2000) indica que, segundo estudo realizado nos Estados Unidos em 1997, pelo National Center for Health Statistics (NCHS), a prevalência de crianças pré-escolares obesas naquele país era de 21-25% e, destas, 80% chegariam à vida adulta obesas.

Segundo NAKANDAKARE (2000, p.7) a obesidade pode ter causas endógenas, exógenas e mistas. Um dos desencadeadores da obesidade é a endocrinopatia, isto é, o hipotireoidismo, hipoparatiroidismo, deficiência de hormônio do crescimento – GH – etc; as causas de origem central (lesão do núcleo ventro-medial do hipotálamo, craniofaringioma,

¹ Graduanda em Jornalismo- UniFIAMFAAM (SP) – e-mail: jornalistasa@ig.com.br

² Doutorando em Comunicação Social - UniFIAMFAAM/UMESP (SP) – e-mail: peysoni@ig.com.br

etc) e genéticas (síndromes somáticas disformes). As causas exógenas são representadas pela ingestão calórica maior que o consumo e a mista quando ambas as causas associadas.

De acordo com NAKANDAKARE (2000), alguns estudos mostram que é altamente provável uma herança poligênica na determinação da obesidade, uma vez que, de acordo com o autor, *“o risco de obesidade quando nenhum dos pais é obeso é de 90%, quando um dos genitores é obeso aumenta para 50% e quando ambos são obesos este risco atinge 80%”*.

Os meios de comunicação a cada segundo anunciam um novo enlatado, porém os maiores telespectadores são as crianças que ficam horas diante da televisão, criando outro hábito, o sedentarismo infantil. De acordo com estudo realizado em 2004 (ALMEIDA *et al*, 2004), na disciplina de Nutrologia do departamento de Pediatria da Unifesp, nas propagandas veiculadas nos intervalos de alguns programas infantis de televisão constatou-se que, para cada 10 minutos de propaganda, 1 minuto tem objetivo de promover o consumo de produtos alimentícios, contribuindo para gerar hábitos nem sempre saudáveis.

Um estudo da OMS (Organização Mundial da Saúde) apontou que apenas 30 segundos de propaganda já são suficientes para exercer forte influência sobre as crianças. No estudo brasileiro, de 2004 (UNIFESP, 2004), dos 600 minutos gravados, 5 minutos e 3 segundos foram gastos com a venda de produtos alimentícios.

Os hábitos alimentares das crianças têm mudado com o advento da Internet ou mesmo com o sedentarismo diante da TV, a mídia uma é uma das incentivadoras dos quilinhos a mais dos consumidores-mirins.

De acordo com um levantamento do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), há 38,8 milhões de pessoas acima do peso. Das crianças de 7 a 12 anos, segundo pesquisa do Instituto LatinPanel, do grupo Ibope, 35% estão acima do peso (IWASSO, Simone, 2005).

JANSEN (2004) aponta que um relatório da Força-Tarefa Internacional sobre obesidade enviou relatório em 2004 à OMS (Organização Mundial da Saúde) alertando que uma em cada dez crianças em todo o mundo - 155 milhões – é obesa. De acordo com o documento, a situação é mais grave nos Estados Unidos, em que o percentual de crianças obesas chega a 30%. O autor faz um alerta nada otimista:

As propostas epidêmicas da obesidade infantil indicam ainda que, dentro de alguns anos, o percentual de adultos obesos será maior que o atual. Estatísticas mostram que 80% das crianças obesas se tornam adultos obesos.

O papel de alertar a população sobre os males causados pelo sobrepeso está a cargo não só dos profissionais da saúde, mas também da mídia. Dessa forma, SILVA (2004) acredita que o tema deva fazer parte, de forma séria, das pautas dos principais meios de comunicação:

Defendo a alimentação como um tópico, essencial, senão o primeiro, para a preservação de doenças. No entanto, em uma visão distorcida e fragmentada da comunicação para a saúde existente na mídia, a questão alimentar quase não está presente e quando aparece, o faz sob o enfoque da especularização (...) A repercussão do hábito alimentar negativo acarreta um maior grau de adoecimento, “prato cheio”, para a indústria farmacêutica. A população é duplamente apenada, pelo baixo grau de vitalidade e pelo custo da saúde.

Concordando com o autor e recortando para a mídia impressa, SANCHES (2004), cita MARQUES DE MELO (1972, p.48), apontando para a importância dos estudos que envolvem a mídia jornalística, pois considera que o jornal impresso se destaca dentre os demais veículos de comunicação, tanto por sua influência na formação de opinião, adoção de hábitos e atitudes do público como por ser constituir em um dos principais meios de comunicação de que a sociedade dispõe.

Quem também lembra da importância da saúde na pauta da mídia é MAURENZA DE OLIVEIRA (2002, p.14). Segundo a autora,

A divulgação de temas de saúde pela mídia impressa, eletrônica e mais recentemente a Internet é um subsetor relevante no campo de estudos de divulgação da ciência, pois trata-se de levar ao conhecimento do público em geral conhecimentos, informações e práticas da medicina preventiva e da manutenção da saúde capazes de complementar, numa certa medida, as poucas verbas dedicadas a esta finalidade (...) Determinadas patologias são capazes de serem, até certo ponto, evitadas por campanhas de prevenção e informação ao público, como é o caso de moléstias transmissíveis.

Ao se oferecer quantidade e qualidade de informações sobre um tema relevante (obesidade infantil) e ao público-alvo correto (crianças) o comunicador e o profissional da saúde cumprem seu papel educativo apontado por PESSONI (2002, p.43): “o papel educativo

dos meios de comunicação no que tange a saúde se dá através da conscientização do indivíduo quanto à sua conduta e à consciência do funcionamento de seu corpo”.

A mudança no perfil da garotada é apontada por ABDEL (1996, *apud* SHOEPS 2004) que explica a teoria da transição epidemiológica como complexas mudanças nos padrões de saúde, doenças, mortalidade, fertilidade, distribuição da população por faixa etária, ao lado de mudanças ecológicas, de estilo de vida, de cuidados com a saúde, e suas conseqüências em grupos populacionais. SHOEPS (2004) aponta POPKIN (1994) que considera que as mudanças nutricionais também vêm alterando o perfil epidemiológico das doenças, podendo encontrar desnutrição e obesidade coexistindo na mesma população, causando um aumento na proporção de indivíduos que consomem dietas associadas a doenças crônicas.

PROPOSTA METODOLÓGICA

O ineditismo da proposta deste trabalho reside em verificar se o principal prejudicado pela obesidade-infantil – a criança – recebe informações sobre o tema em suplementos jornalísticos infantil a ela dirigido. A presente pesquisa tem por objetivo fazer um recorte temporal nos veículos de comunicação, no período de março de 2004 a 2005, buscando identificar a presença do tema “obesidade infantil” nos suplementos dirigidos ao público infantil (principal vítima da enfermidade), bem como nas páginas dos próprios jornais *Folha de S.Paulo* e *O Estado de S.Paulo*.

A metodologia ou procedimento analítico a ser empregado neste trabalho é uma combinação entre a análise de conteúdo dessas matérias com técnicas de entrevistas semi-estruturadas junto aos editores dos suplementos pesquisados. Todo o processo de análise de conteúdo das edições pesquisadas seguiu as etapas sugeridas por FONSECA JUNIOR (2005, p.290):

A análise de conteúdo organiza-se em três fases cronológicas: (1) Pré-análise: consiste no planejamento do trabalho a ser elaborado, procurando sistematizar as idéias iniciais com o desenvolvimento de operações sucessivas, contempladas num plano de análise; (2) Exploração do material: refere-se à análise propriamente dita, envolvendo operações de codificação em função de regras previamente formuladas. Se a pré-análise for bem-sucedida, esta fase não é nada mais do que a administração sistemática de decisões tomadas anteriormente; (3) Tratamento dos

resultados obtidos e interpretação: os resultados brutos são tratados de maneira a serem significativos e válidos. Operações estatísticas (quando for o caso) permitem estabelecer quadros de resultados, diagramas, figuras e modelos. A partir desses resultados, o analista pode então propor inferências.

Desse modo, foram analisados os suplementos jornalísticos infantis *Estadinho* e *Folhinha*, num total de 48 edições de cada, num total de 96 exemplares, uma vez que os veículos em questão têm circulação semanal. A análise mostrou que durante o período de março de 2004-2005, nenhum dos dois suplementos infantis abordou o assunto.

A falta de informação nos suplementos infantis às crianças, é uma questão preocupante, pois foram pesquisados durante um ano os jornais *O Estado de S.Paulo* e *Folha de S.Paulo* e seus respectivos suplementos, no qual foi constatado através de pesquisas e entrevistas que nenhum dos dois suplementos abordou o assunto.

De acordo, com Cristina Patiglioni³, editora do *Estadinho*, é importante abordar temas desse porte, porém com os pais das crianças, pois para a editora esse tipo de informação é mais recorrente aos adultos que são responsáveis pelo controle alimentar. Deste modo, o suplemento não aborda o tema, apenas orienta a criança a fazer uma alimentação adequada. Segundo Patiglioni, a saúde é algo privilegiado na mídia, porém nos suplementos não é tão abordado por não ser interessante para o *Estadinho* e nem para as crianças.

Ao contrário de PESSONI (2002, p.43), que afirma que o comunicador e o profissional da saúde cumprem seu papel educativo, para Patiglioni o jornalista não pode ter a pretensão de ser educador. Para Cristina, informação é educação, mas isso não é suficiente para o jornalista ter papel de educador. Deste modo, as matérias sobre obesidade infantil somente foram direcionadas para os pais das crianças.

Já Silvia Colombo, editora do suplemento *Folhinha*, acredita que o assunto obesidade infantil deva ser contemplado, mas com cuidado para não criar traumas. “O tema deve ser abordado de maneira indireta, falando para a criança como se alimentar bem e não tocando diretamente no assunto obesidade infantil”, salienta Colombo.

³ Cristina Patiglioni, formada em Comunicação Social pela Cásper Libero desde 1991. Trabalhou com Ferreira Netto na TV Record, e na *Folha da Tarde* (atual jornal *Agora São Paulo*, onde exerceu a profissão também em versão solo, assinando reportagens e uma coluna chamada *Zapping 9*, que existe até hoje). Em 1995, atuou no *Jornal da Tarde* até 1997, quando entrou na *Folha de S.Paulo*. Em 1999, trabalhou na Editora Símbolo e desde 2000 está no *O Estado de S.Paulo*, como editora do suplemento infantil *Estadinho*. Entrevista realizada no dia 20 de abril de 2005.

Embora em pesquisa comunicacional a ausência de informação sobre o tema também seja uma informação relevante, ampliamos a pesquisa para os jornais-sede dos suplementos, ou seja, *O Estado de S.Paulo* e a *Folha de S.Paulo*. A opção por esses dois veículos justifica-se por serem os jornais de circulação nacional, com sede na cidade de São Paulo, com maior tiragem. Num universo de 365 exemplares do jornal *Folha de S.Paulo*, no período estudado, foram identificadas 22 matérias sobre obesidade infantil (tabela 1), enquanto no jornal *O Estado de S. Paulo* encontramos 18 matérias sobre o assunto (tabela 2).

Tabela 1 – Matérias sobre obesidade infantil publicada na *Folha de S.Paulo*

| Título da matéria | Data | Espaço ocupado em cm² | Porcentagem do espaço ocupado na página do jornal |
|---|-------------|---|--|
| Obesidade infantil é preocupação mundial. | 17/06/04 | 1353 cm ² | 86,8% |
| Culpa por obesidade é pública, diz relatório. | 03/10/04 | 380 cm ² | 24,4% |
| Alimentos brasileiros ganham tabela oficial. | 09/10/04 | 995 cm ² | 63,8% |
| Saúde e Direito | 18/11/04 | 180 cm ² | 11,6% |
| Sorvete impera na casa de criança obesa. | 02/12/04 | 430 cm ² | 27,6% |
| No Reino Unido, 60% estão acima do peso. | 02/12/04 | 120 cm ² | 7,7% |
| Muito além do arroz com feijão. | 02/12/04 | 210 cm ² | 13,5% |
| Festinha de criança pode ser nutritiva? | 02/12/04 | 564 cm ² | 36,16% |
| Restrição anúncio aguarda julgamento. | 02/12/04 | 120 cm ² | 7,7% |
| Fome cai, mas nutrição piora, diz pesquisador. | 17/12/04 | 570 cm ² | 36,6% |
| Eu me acostumei a comer 1 vez por dia. | 17/12/04 | 270 cm ² | 17,4% |
| Brasil tem mais obesos que pessoas com falta de peso. | 17/12/04 | 442 cm ² | 28,3% |
| 40,6% dos brasileiros estão acima do peso. | 17/12/04 | 615 cm ² | 39,5% |
| Eu me sinto bem assim, gorda mesmo. | 17/12/04 | 270 cm ² | 17,4% |
| Carboidratos são maiores vilões na dieta brasileira | 13/01/05 | 200 cm ² | 12,9% |
| Kraft restringe anúncio de produto calórico | 13/01/05 | 300 cm ² | 19,3% |
| Brasil estuda regular comercial de alimento. | 13/01/05 | 250 cm ² | 16,1% |
| Secretaria de São Paulo quer acordo com cantinas. | 14/01/05 | 210 cm ² | 13,5% |
| Governo do Rio de Janeiro impõe | 14/01/05 | 240 cm ² | 15,4% |

| | | | |
|----------------------------------|----------|---------------------|-------|
| dieta light em escolas. | | | |
| Jovens resistem à mudança em SC. | 14/01/05 | 130 cm ² | 8,3% |
| Comer, beber e fumar. | 16/01/05 | 336 cm ² | 21,6% |

A análise mostrou que o jornal *Folha de S.Paulo* publicou maior parte de suas matérias no caderno *Cotidiano*. As fontes mais recorridas pelo jornal foram: AOA (Associação Americana de Obesidade); Grupo Ibope; Carlos Augusto Monteiro (Diretor do Departamento de Nutrição da Faculdade de Saúde Pública da USP e criador do Nupens - Núcleo de Pesquisas Epidemiológicas em Nutrição e Saúde); Valéria Guimarães (Presidente da Sociedade Brasileira de Endocrinologia e Metabologia); IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia Estatística).

Os repórteres que mais fizeram matérias sobre o tema obesidade infantil foram: Cíntia Cardoso e Antonio Góes. Os períodos de maior publicação sobre os males da obesidade infantil foram nos meses de dezembro e janeiro.

Tabela 2 – Matérias sobre obesidade infantil publicada em *O Estado de S.Paulo*

| Título da matéria | Data | Espaço ocupado em cm² | Porcentagem do espaço ocupado na página do jornal |
|---|-------------|---|--|
| Frente Parlamentar quer posição do governo sobre combate à obesidade. | 02/04/04 | 169 cm ² | 10.9% |
| Cereais matinais têm açúcar, sal e gordura em excesso, revela pesquisa. | 02/04/04 | 130 cm ² | 8.3% |
| Para especialistas, País põe em risco votação na OMS. | 14/05/04 | 185 cm ² | 11.9% |
| Lanchinho básico durante o filme pode conter 1.320 calorias. | 25/07/04 | 130 cm ² | 8.3% |
| Hambúrguer e fritas viram vilões nas telas. | 20/08/04 | 533 cm ² | 34,16% |
| Cinema de altíssima caloria. | 20/08/04 | 322cm ² | 20.65% |
| Obesidade agora é problema do Ministério da Saúde. | 03/09/04 | 409 cm ² | 26.65% |
| Educação Alimentar. | 26/10/04 | 638 cm ² | 40.90% |
| O mais cuidadoso retrato da obesidade infantil. | 14/11/04 | 1016 cm ² | 65,13% |
| Vida sedentária é a principal vilã. | 14/11/04 | 179 cm ² | 10,9% |
| Nos programas infantis anúncios que engordam. | 20/01/05 | 290 cm ² | 18,6% |
| Jogo ensina noções de nutrição para crianças. | 20/01/05 | 150 cm ² | 9.7% |
| Eles querem experimentar as novidades. | 20/01/05 | 150 cm ² | 9.7% |
| O Brasil ainda tem de fazer o dever de casa. | 23/01/05 | 475cm ² | 30,45% |

| | | | |
|---|----------|--------------------|------|
| Anúncio influência mau comportamento infantil. | 04/02/05 | 45 cm ² | 2,9% |
| Argentinos estão cada vez mais, gordos, diz estudo. | 09/02/05 | 45 cm ² | 2,9% |
| Saúde na escola vai capacitar professores. | 02/03/05 | 40 cm ² | 2,6% |

A pesquisa constatou que o jornal *O Estado de S.Paulo* publica a maioria das matérias sobre obesidade infantil no caderno *Vida &*. As fontes mais exploradas são: José Augusto Taddei (Chefe da disciplina de Nutrição e Metabolismo); IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia Estatística); Mauro Fisberg (Pediatra e Nutrólogo da Unifesp e coordenador do Projeto Mega⁴); Ministério da Saúde; Valéria Guimarães (Presidente da Sociedade Brasileira de Endocrinologia e Metabologia).

Os repórteres que mais fizeram matérias sobre obesidade infantil no jornal *O Estado de S.Paulo* foram Lígia Formenti, Adriana Dias Lopes e Simone Iwasso. O período de maior publicação sobre o tema obesidade infantil foi nos meses de: janeiro e fevereiro.

Dessa forma, constatou-se que os dois jornais publicaram mais matérias sobre obesidade infantil nas férias, período em que as crianças estão em férias e abusam mais das guloseimas.

De acordo com as pesquisas foi detectada em todas as matérias dos dois jornais (*O Estado de S.Paulo* e *Folha de S.Paulo*) a presença de dados do site da Unifesp, havendo assim vícios de fonte e assimilação de pautas de assessoria de imprensa, isto é a ausência da busca de novas informações, podendo indicar comodismo dos jornalistas.

Prova de vício de fonte e publicação de release em forma de matéria é a informação publicada no dia 13 de janeiro de 2005 (“Carboidratos são maiores vilões na dieta brasileira”, Cláudia Collucci, anexo 1), no jornal *Folha de S.Paulo*, do caderno *Dinheiro* usa as mesmas fontes da matéria realizada no dia 2 de dezembro de 2004 (“Sorvete impera na casa de criança obesa”, Laura Capriglione, anexo 2), do caderno *Cotidiano*, do mesmo jornal. Esse exemplo mostrar o vício de fonte do jornal buscando somente sugestões de pauta em determinado lugar, mostrando assim a falta de interesse por novas fontes e informações.

Outro exemplo a citar é do jornal *O Estado de S.Paulo*, na matéria “Nos programas infantis, anúncios que engordam”, de Simone Iwasso, publicada no dia 20 de janeiro de 2005 (anexo 3) que também reproduziu os dados do site da Unifesp (anexo 4), colocando por terra a

⁴ Projeto Mega - É o maior estudo regional que o País já teve sobre obesidade infantil. Esse estudo foi feito em escolares públicas e particulares da cidade de São Paulo, onde cerca de 10% dos alunos estão obesos e 15% com sobrepeso.

máxima de que o release deveria ser apenas uma sugestão de pauta e haveria necessidade de repercutir com outras fontes, conforme lembra CHAPARRO (2004):

Release não é notícia, embora possa ter a pretensão de sê-lo. Press- release é um instrumento de relação entre fontes e redações, que deve ter duas virtudes essenciais: informar o jornalista da redação sobre algo que supostamente lhe interesse; e capacitá-lo para uma rápida tomada de decisão sobre o aproveitamento ou a rejeição do conteúdo proposto. Há técnicas específicas para o press-release, para que sirva bem a esses dois objetivos. Notícia é outra coisa: é o relato de um fato que interessa ser socialmente conhecido e compreendido.

Considerações Finais

Como pudemos observar nesse estudo exploratório, há necessidade de agregar mais informações sobre o tema “Obesidade Infantil”, justamente nos espaços acessados pelas principais vítimas dessa epidemia: as crianças.

Dessa forma o trabalho se dedicou a mostrar a falta de informação sobre os males da obesidade infantil nos suplementos jornalísticos. Também foi detectado o vício de fontes – normalmente das instituições que contam com assessoria de imprensa qualificada e proativa – e a reprodução, na íntegra, de press-releases, vícios que devem ser evitados para uma melhor qualidade das matérias e isenção dos veículos em relação às fontes.

Portanto, as análises da pesquisa indicaram que os jornais precisam informar mais as crianças, tratando-as como público privilegiado, e começarem a perceber a necessidade do leitor no que tange às demandas da área da saúde. Desse modo, tanto os suplementos infantis como os jornais carecem de ter uma nova visão na busca de novas fontes e informações, pois quanto mais informação a sociedade tiver, mais orientada sobre os males das doenças elas vão estar.

A importância das informações sobre saúde na mídia é ressaltada por SÁ (1995, p.14) quando afirma que:

Na sociedade atual, a informação transmitida pelos diversos meios de comunicação, além de nos colocar em contato com o que se passa no mundo, também nos dá elementos para a tomada de decisões importantes. Quando são veiculadas notícias sobre saúde e medicina, isto assume uma

dimensão muito mais importante, pois poderá afetar benéficamente ou não a vida do receptor destas informações.

Referências bibliográficas

ABDEL Omran R. **The Epidemiologic Transition in the Americas**, 1996. OPAS – p.5-11; 189-199.

ALMEIDA, Sebastião de Sousa; NASCIMENTO, Paula Carolina B.D. e QUAIOTIB Teresa Cristina Bolzan. Quantidade e qualidade de produtos alimentícios anunciados na televisão brasileira. **Revista da Associação Brasileira de Nutrologia**, 2004. Disponível em http://www.abdnutrologia.com.br/menu_artigos/95.htm. Acesso em 24/06/2004.

CHAPARRO, Carlos. **Coluna Papo na Redação**. Site Comunique-se, 04/11/2004. Disponível em: <http://www.sinprorp.org.br/Clipping/2004/364.htm>. Acesso em: 16/08/2005.

COLOMBO, Silvia. **depoimento** [maio/2005]. Entrevistadora: SACHA SILVEIRA. São Paulo: Folha de S.Paulo, 2005. por telefone.

DAMIANI, D.; CARVALHO, D.P. & OLIVEIRA, R.G. Obesidade na infância- um grande desafio!. *Pediatria moderna*, 2000; 36 (8): 489-523 *apud* NAKANDAKARE, Danilo. **Obesidade de causa exógena em crianças com faixa-etária pré-escolar**. 2000, 29 f. Monografia de Residência Médica da Disciplina de Pediatria e Puericultura da Faculdade de Medicina do ABC (Santo André-SP).

ESTUDOS DA UNIFESP COMPROVAM QUE PROPAGANDA NA TV PODE INDUZIR À OBESIDADE INFANTIL. Assessoria de Imprensa, UNIFESP, Janeiro, 2005. Disponível em: <http://www.unifesp.br/comunicacao/ass-imp/>. Acesso em: 18/08/2005.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa. Análise de conteúdo. IN: DUARTE, Jorge & BARROS, Antonio (orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, p. 280-315. 2005.

IWASSO, Simone. Nos programas infantis, anúncios que engorda. **O Estado de S.Paulo**, editoria Vida &, 20/01/2005, p.A10.

JANSEN , Roberta. **Obesidade afeta uma em cada dez crianças no mundo**. O Globo. Rio de Janeiro, 14/05/2004. Disponível em: http://www.jornalexpress.com.br/noticias/detalhes.php?id_jornal=5981&id_noticia=391. Acesso em 24/06/2004.

MARQUES DE MELO, J. **Estudos de jornalismo comparado**. São Paulo, Pioneira, 1972.

MAURENZA DE OLIVEIRA, Elizabeth Castro. **Proyecto Comalud para a América Latina: uma análise crítica**. 2002. 240f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo.

NAKANDAKARE, Danilo. **Obesidade de causa exógena em crianças com faixa-etária pré-escolar**. 2000, 29 f. Monografia de Residência Médica da Disciplina de Pediatria e Puericultura da Faculdade de Medicina do ABC (Santo André-SP).

PATIGLIONI, Cristina: **depoimento** [20/04/2005]. Entrevistadora: SACHA SILVEIRA. São Paulo: O Estado de S.Paulo, 2005. 1 fita cassete.

PESSONI, Arquimedes. **Distorções na comunicação da Saúde nos jornais periféricos do ABC**. 2002, 202 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo.

PESSONI, Arquimedes; ANCHESCHI, Bruna & LIMA, Tess. **Obesidade infantil na web: páginas gordas de informação e magras de qualidade?**. Anais da VII Conferência Brasileira de Comunicação e Saúde (COMSAÚDE). Olinda (PE) Aeso, 2004.

POPKIN, B.M. **The nutrition transition in low-income countries: an emerging crisis**. Nutr. Rev 1994; 52(9):285-298.

SANCHES, Conceição. **A Fome no Diadema Jornal**. Anais da VII Conferência Brasileira de Comunicação e Saúde (COMSAÚDE). Olinda (PE) Aeso, 2004.

SANCHES, Conceição A. **Discursos midiáticos sobre o Viagra**. In: EPSTEIN, Isaac *et al* (org.) – Mídia e Saúde – Adamantina: UNESCO/UMESP/FAI/2001. Conferências Brasileiras de Comunicação e Saúde (1999, 2000, 2001). p.373-387.

SCHOEPS, Denise de Oliveira. **Avaliação Nutricional de Crianças de 2 a 6 anos de Idade, Matriculadas em Creches e Escolas de Educação Infantil do Município de Santo André**, 2004. Resumo para qualificação de mestrado – pós-graduação em Pediatria da Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo.

SELLTIZ; WRIGHTSMAN; COOK. **Métodos de pesquisa nas relações sociais**. São Paulo: EPU, 1987.

SILVA, Erolilde Honório. A saúde na mídia – **Quando o Jornal fala de alimentação**. Anais da VII Conferência Brasileira de Comunicação e Saúde (COMSAÚDE). Olinda (PE) Aeso, 2004.

Anexo 1

ENTENDA

Carboidratos são maiores vilões na dieta brasileira

CLÁUDIA COLLUCCI

DA REPORTAGEM LOCAL

Ainda são os carboidratos presentes em bolachas, bolos e pães, e não as gorduras, os principais vilões da dieta das crianças brasileiras. Nos Estados Unidos, as gorduras hidrogenadas representam maior perigo à população infantil.

Por essa razão, os endocrinologistas avaliam que são necessárias regras adequadas à realidade do país para conter a crescente epidemia de obesidade infantil.

Pesquisa recente do grupo Ibope, com 25 mil pessoas, aponta que 35% dos indivíduos entre 7 e 12 anos estão acima do peso —desses, 77% já podem ser considerados obesos. Nos EUA, a obesidade infantil triplicou nos últimos 30 anos, chegando a atingir 15% da população infantil.

Para o médico Carlos Alberto Longui, professor de endocrinologia pediátrica da Santa Casa de São Paulo, o Brasil está “alguns passos atrás” longe dos padrões americanos em relação ao controle da qualidade dos alimentos.

“Em muitos rótulos, não há definição da quantidade de subprodutos dentro dos alimentos, e, quando há, a população não sabe interpretar esses dados”, afirma.

Nas portas das escolas, ou até mesmo nas cantinas dentro dessas instituições, a situação chega a ser pior. “Muitos alimentos ainda são vendidos

sem nenhuma informação nutricional, às vezes, até sem rótulo”, afirma.

Por isso, centrar as atenções no ambiente, e não apenas nos indivíduos, é a nova meta dos endocrinologistas pediátricos. Um projeto, chamado “Escola Saudável”, pretende conscientizar alunos, diretores, professores e funcionários da importância de fazer circular nesse ambiente uma alimentação mais saudável.

Segundo a médica Cristiane Kochi, secretária do departamento de endocrinologia da Sociedade Paulista de Pediatria, o projeto já funciona em algumas regiões do país e deve chegar às escolas paulistas ainda neste ano.

Além da obesidade, Kochi afirma que é cada vez mais frequente o número de crianças com alto índice de colesterol ruim e gordura no sangue (triglicérides). Uma criança obesa tem 50% a mais de chance de se tornar um adulto obeso, desenvolvendo doenças como diabetes, derrames e infartos.

A idéia de combater a obesidade infantil por meio de uma estratégia de responsabilidade social —e não apenas pessoal— também é defendida nos EUA.

Ano passado, um grupo de pesquisadores do Instituto de Medicina das Academias Nacionais elaborou uma série de propostas para conter o alto índice de obesidade infantil. A oferta de refeições mais saudáveis em escolas e restaurantes, mais locais para a prática da educação física, restrições aos anúncios de televisão voltados às crianças e a formação de profissionais de saúde e educação de crianças estão entre as propostas defendidas.

EPIDEMIA Despesa das famílias com sobrepeso na Grande São Paulo tem 22% a mais da guloseima, 18% a mais de iogurte

Sorvete impera na casa de criança obesa

O QUE FAZEM OS PAIS

Hábitos e atitudes dos responsáveis pela alimentação da criança de até oito anos

39% fazem brincadeiras na hora da refeição (fazer aviãozinho)

49% afirmam dar exemplo à criança "tome o suco que eu também tomo, não tomo refrigerante"

40% substituem refeições "não quer comida, então toma mamadeira"

41% oferecem comida como recompensa "se comer a sopa, ganha sobremesa"

39% ameaçam castigo para quem não come direito

40% cedem ao primeiro "não gosto disso"

Fonte: LatinPanel - Estudo Mundial de Consumo de Alimentos

SAÚDE EM RISCO

Crianças obesas já apresentam placas de gordura nas artérias e são mais propensas a desenvolver doenças relacionadas à obesidade quando adultas

ALFREDO HALPERN
endocrinologista e professor da Faculdade de Medicina da USP

LAURA CAPRIGLIONE
DA REPORTAGEM LOCAL

Foi-se o tempo em que a criança "gordinha" era motivo de orgulho dos pais. Há tanta criança gordinha no país que já se fala em epidemia, e o diminutivo carinhoso foi substituído pelo termo frio e técnico: "obesidade infantil". Agora, pesquisa inédita acaba de correlacionar o fenômeno ao tipo de alimento consumido.

Na Grande São Paulo, o sorvete, aquela mistura calórica de gordura, hidrogenada, ácidos graxos e leite, aparece nos domicílios com crianças de 7 a 12 anos acima do peso numa quantidade 22% maior do que em casas com população no peso ideal. Nas casas dos "gordinhos", tem 18% mais iogurte, 13% mais salgadinhos, 12% mais maioneses; 10% mais pães e massas.

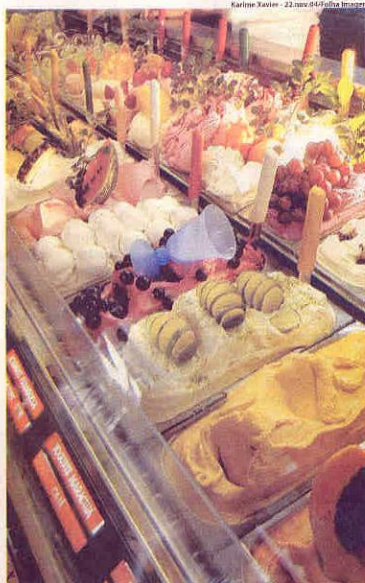
A pesquisa, feita pela LatinPanel, empresa dos grupos Ibope, TNS e NPD, entrevistou 25 mil pessoas, representando 82% da população brasileira e 86% do potencial de consumo do país.

Os resultados, no que concerne às crianças, são alarmantes: 35% dos indivíduos entre 7 e 12 anos estão acima do peso. O mais grave é que, desses, 77% já podem ser considerados obesos. O percentual, tendo por base a população total nessa faixa etária, é de 27%.

No interior de São Paulo, a despesa da família dos "gordinhos" tem características diversas daquelas encontradas na capital, em que prevalecem os produtos "prontos para uso". Assim, observa-se que os domicílios dos gordinhos apresentam 24% mais consumo de farinha alimentícia do que nas casas com peso ideal. Isso reflete o hábito de fazer o bolo ou a torta em casa.

Nas casas do interior de São Paulo também aparece um outro ingrediente supracalórico, o creme de leite, em quantidades 10% maiores do que nos domicílios com peso ideal.

"As consequências são desastrosas. Crianças obesas já apresentam placas de gordura nas artérias e são mais propensas a desenvolver doenças relacionadas à



Vitrine de sorvetes em São Paulo; iguaria é preferida por crianças

obesidade quando adultas", explica o endocrinologista e professor da Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo Alfredo Halpern.

Explica-se. Uma criança obesa tem 50% a mais de chance de se desenvolver como adulto obeso, com toda a lista de morbidades relacionadas: diabetes, derrames, infartos entre as mais importantes. Eis por que o mapeamento e combate às causas da obesidade infantil está entre as prioridades dos órgãos de saúde dos países desenvolvidos (leia texto abaixo). Halpern ressalta outros danos que a obesidade traz: para as crianças, pacientes cada vez mais

comuns em seu consultório. "As crianças gordinhas sofrem discriminação na escola. Ao entrar na adolescência, podem derivar para quadros depressivos, sem contar os problemas ortopédicos decorrentes do excesso de peso."

Responsabilidade

Pais e mães têm responsabilidade pelo sobrepeso dos filhos. A pesquisa do LatinPanel encontrou que 40% dos responsáveis pela alimentação das crianças cedem ao primeiro "não gosto disso" emitido pelo filho. É assim que os pequenos conseguem trocar o brócolis pelas batatas fritas. Nada menos do que 17% dos

pais ou responsáveis admitiram que "transformam a ida à lanchonete num programa de lazer". Só considerando os obesos, o índice sobe para 48%.

Entre outros hábitos e atitudes que estimulam o sobrepeso dos petizes contam-se ainda: 41% condicionam seus filhos a entender que a comida é uma espécie de "recompensa", com frases como "se comer a sopa, ganha sobremesa".

A pesquisa LatinPanel usou critérios da Organização Mundial da Saúde para tipificar a obesidade e o sobrepeso. E aí entrou um cuidado extra. Em adultos, é fácil decodificar os critérios. Gente com índice de massa corporal até 19 é considerada abaixo do peso ideal. De 20 a 25, é considerada com peso normal. Acima de 25 é sobrepeso. Com mais de 30 é obeso. Com 40, é obeso severo.

Em crianças, não é assim. Ainda com o corpo em formação, elas têm uma relação entre gorduras, músculos e ossos em mutação. Eis porque é preciso consultar a tabela da OMS para saber se a criança tem o peso adequado.

A epidemia de obesidade infantil impressiona quando comparada à obesidade em outras faixas etárias. Sabe-se, por exemplo, que o sobrepeso está diretamente relacionado à idade. Quanto mais velho o indivíduo, mais chances ele tem de ser obeso.

As crianças de 7 a 12 anos, entretanto, apresentando 35% de incidência de sobrepeso, fogem à regra. Proporcionalmente, têm incidência três vezes maior do que a observada na população de 13 a 17 anos. E uma incidência maior do que a observada na população de 18 a 29 anos.

O estudante Lucas Afonso Gattaz Correia, 11, resolveu enfrentar o problema. Está sob dieta há três meses e já emagreceu quatro quilos com as orientações que recebeu da nutricionista Mônica Beyruti. Feliz com seu novo corpo, ele só sente saudades das idas frequentes ao McDonald's. "Agora, só posso uma vez por mês."

→ **LEIA MAIS** sobre obesidade infantil no Equilíbrio

O que come a criança ACIMA DO PESO

Quanto a mais (%) é consumido em domicílios com crianças de 7 a 12 anos acima do peso em relação à média de famílias com filhos de peso normal

| Brasil | |
|-----------------|-----|
| Suco pronto | 10* |
| Molho de tomate | 9 |
| Margarina | 8 |
| Creme de leite | 8 |
| Massa seca | 8 |

| Grande São Paulo | |
|------------------|----|
| Sorvete | 22 |
| Iogurte | 18 |
| Salgadinho | 13 |
| Maionese | 12 |
| Massa seca | 10 |

| Interior de São Paulo | |
|-----------------------|----|
| Suco pronto | 29 |
| Farinha alimentícia | 24 |
| Cereal matinal | 19 |
| Refrigerante | 11 |
| Creme de leite | 10 |

| Grande Rio de Janeiro | |
|-----------------------|----|
| Cereal matinal | 17 |
| Maionese | 16 |
| Extrato de tomate | 15 |
| Leite condensado | 15 |
| Refrigerante | 14 |

NA CABEÇA

A criança gordinha sofre discriminação na escola. Ao entrar na adolescência, pode derivar para quadros depressivos, sem contar os problemas ortopédicos decorrentes do peso

HALPERN, sobre os efeitos psicológicos da obesidade

Anexo 3

A10
QUINTA-FEIRA, 20 DE JANEIRO DE 2005 • O ESTADO DE S. PAULO

VIDA&

Amazônia: papel da soja no desmatamento cria polêmica

Ambientalistas e economistas divergem sobre a questão • PÁG. A12

Violência preocupa pais de alunos de escolas públicas

Problema foi apontado em pesquisa, junto com a má qualidade • PÁG. A13

Nos programas infantis, anúncios que engordam

Estudo mostra que 1 em cada 10 minutos de propaganda veiculada nos intervalos da programação para crianças promove consumo de alimentos, todos pouco saudáveis

NUTRIÇÃO

Simone Iwasso

Para cada dez minutos de propaganda veiculada nos intervalos das programações infantis das duas maiores emissoras de televisão aberta do País, um foi usado para promover o consumo de alimentos. Desses, todos eram ricos em gordura saturada ou açúcar e estavam associados a brinquedos, diversões e crianças felizes, o que contribui para gerar hábitos errados e nem um pouco saudáveis de alimentação. A conclusão é de um estudo feito pelo setor de Nutrologia do Departamento de Pediatria da Universidade Federal de São Paulo (Unifesp).

A pesquisa gravou e analisou 600 minutos da programação das 8 às 12 horas durante o mês de julho do ano passado, período de férias escolares. O objetivo foi verificar a quantidade e o perfil dos produtos. "A cada dez minutos de propaganda na programação infantil, um era para alimentos. E, desses, todos tinham um alto teor de gordura e açúcar refinado, inclusive dizendo que eles eram nutritivos e tinham vitaminas, o que dá a falsa impressão de serem saudáveis", afirma a nutricionista Paula Morcelli de Castro, responsável pelo estudo.

Segundo ela, do tempo analisado, cinco minutos foram gastos com a venda de bolachas recheadas, salgadinhos, refrigerantes, cereais com açúcar, chocolates, bebidas achocolatadas e redes de sanduíches. "Isso indica que as crianças são estimuladas a consumir quase diariamente comidas muito calóricas e pouco nutritivas. A nossa preocupação é que esse hábito continue na adolescência e na idade adulta, levando à obesidade", diz. "Um estudo internacional mostra que apenas 30 segundos de propaganda já são suficientes para influenciar uma criança."

Além do estímulo para o consumo, a nutricionista destaca a acessibilidade deles inclusive para os pais. Cachorro-quente e biscoitos são relativamente baratos e práticos, além de deixarem as crianças felizes. O fato não deixa de ser preocupante num país que registra, segundo levantamento do IBGE, 38,8 milhões de pessoas acima do peso. Das crianças de 7 a 12 anos, segundo pesquisa do Instituto LatinPanel, do grupo Ibope, 35% estão acima do peso.

REGULAMENTAÇÃO

Na opinião dos especialistas, o problema precisa ser enfrentado com uma regulamentação maior das propagandas veiculadas para o público infantil. "Vemos propagandas enganosas que vendem bem-estar e saúde, quando na verdade estão falando de produtos que fazem mal para a saúde, sem nenhum esclarecimento disso. É preciso uma ação bastante intensa nessa área", afirma José Augusto Taddei, chefe da disciplina de Nutrição e Metabolismo e orientador da pesquisa.

A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) informou que montou recentemente um grupo dentro da Gerência de Propaganda para estudar as propagandas voltadas para a alimentação infantil. •

PROPAGANDA INFANTIL

● **QUANTIDADE:** Um de cada 10 minutos de propagandas veiculadas durante a programação infantil de duas emissoras de televisão durante o mês de julho do ano passado era de alimentos com altos teores de gordura e açúcar refinado. Nenhuma propaganda falava de alimentos saudáveis.

● **CONTEÚDO:** Nas propagandas,

foram anunciados bolachas recheadas, chocolate, bebidas achocolatadas, salgadinhos, refrigerantes, cereais com açúcar e sanduíches.

● **APELO:** Em todos os anúncios, esses alimentos estavam associados a saúde e tinham brinquedos que vinham como brinde, além de crianças se divertindo e com aparência saudável.

Anexo 4

ESTUDOS DA UNIFESP COMPROVAM QUE PROPAGANDA NA TV PODE INDUZIR À OBESIDADE INFANTIL

Duas pesquisas detectaram grande exposição à publicidade de guloseimas como doces e salgadinhos nos intervalos de programas infantis na televisão. Como contraponto, pesquisadores lançam jogo educativo para estimular crianças a preferirem refeições mais equilibradas.

Estudo realizado em 2004 na disciplina de Nutrologia, ligada ao Departamento de Pediatria da Unifesp (Universidade Federal de São Paulo), avaliou o conteúdo das propagandas veiculadas nos intervalos de alguns programas infantis de televisão e constatou que, para cada 10 minutos de propaganda, 1 minuto tem objetivo de promover o consumo de produtos alimentícios, contribuindo para gerar hábitos nem sempre saudáveis.

Segundo a nutricionista responsável pelo estudo, Paula Morcelli de Castro, todos os comerciais analisados eram de produtos com alto conteúdo de gordura saturada e açúcar refinado. “Isso indica que as crianças são estimuladas a consumir quase diariamente comidas muito calóricas e pouco nutritivas. A nossa preocupação é de que esse hábito continue na adolescência e na idade adulta, levando à obesidade”, afirma Paula.

Para chegar a essas conclusões, a pesquisadora Paula Morcelli de Castro gravou durante dez horas a programação infantil de duas das maiores emissoras do país, nos horários das 8h às 10h e das 10h às 12h, no mês de julho (2003), em que há férias escolares e, portanto, as crianças ficam mais expostas à TV.

A idéia do projeto era verificar a quantidade dos anúncios, o perfil dos produtos e a qualidade dos anúncios, pois estudo da Organização Mundial de Saúde apontou que apenas 30 segundos de propaganda já são suficientes para exercer forte influência sobre as crianças. No estudo brasileiro, dos 600 minutos gravados, 5 minutos e 3 segundos foram gastos com a venda de produtos alimentícios.

Segundo a nutricionista, o consumo das guloseimas é facilitado tanto pelo preço (de marcas secundárias e terciárias), quanto pela variedade e disponibilidade no mercado. A pesquisadora reconhece que para os pais de hoje também é mais fácil dar um pacote de salgadinhos e uma lata de refrigerante do que cozinhar para o filho. “A praticidade e rapidez é tentadora. Além disso, tem a questão do carinho. A criança pede e será atendida pelo pai imediatamente”, explica a nutricionista.

Bolacha e salgadinho

Outro estudo da Unifesp, concluído em 2003, identificou que bolacha recheada e salgadinhos já são sinônimo de refeição para os pequenos estudantes. O trabalho de mestrado da nutricionista Gabriela Halpern partiu da gravação de um mês de propaganda nas três maiores emissoras de televisão do país – 37% faziam referência à bolachas, doces e balas – e de

entrevistas com 235 alunos (com 8 anos de idade, em média) de escolas das rede pública e privada.

A conclusão foi preocupante: apenas 9% das crianças identificaram seu lanche com o produto da televisão, porém todos os alimentos anunciados na programação infantil foram consumidos no lanche escolar ou solicitados de alguma forma aos pais durante o período da pesquisa. O trabalho também mostrou que, entre os alunos de classe média da escola particular, a dupla favorita – salgadinho e bolacha com recheio – poderia ser encontrada em 50% das lancheiras. Já os alunos da rede pública, embora consumissem a merenda oferecida pela escola, frequentemente pediam aos pais para serem levados a restaurantes do tipo fast food.

Soluções

“O que não pode acontecer é a substituição da refeição por esses alimentos”, ressalta o chefe da disciplina de Nutrição e Metabolismo, o médico José Augusto Taddei, destacando a importância de se ter em casa um hábito alimentar estabelecido pelos pais para que as crianças comam guloseimas só de vez em quando.

Na opinião dos nutricionistas, a solução para o problema passa por uma regulamentação mais adequada das propagandas por parte do poder público e da conscientização das agências e profissionais. “Seria interessante que as agências de publicidade consultassem um profissional antes de criar uma campanha. Faltam informações nutricionais e as pessoas não sabem o que estão comprando”, conclui Taddei.

Enquanto isto não acontece, Taddei aconselha que os pais fiquem atentos ao consumo exagerado de alimentos gordurosos e calóricos por seus filhos. Se este for o caso, a sugestão é de tentar convencê-los a trocar, em um primeiro momento, salgadinhos, bolachas e refrigerantes pelas versões diet ou light desses produtos, que não contêm açúcares e gorduras. “Essa importante troca pode acontecer de forma menos traumática. Depois, aos poucos, os pais vão diminuindo essa oferta”, explica.

PESQUISADORES CRIAM JOGO PARA ENSINAR A COMER

O jogo Prato Feito foi desenvolvido pela disciplina de Nutrologia – ligada ao Departamento de Pediatria da Unifesp (Universidade Federal de São Paulo) – em conjunto com uma empresa fabricante de brinquedos para ensinar crianças acima de sete anos como fazer uma alimentação equilibrada e montar refeições diversificadas e apetitosas.

Brincando com os grupo alimentares (energéticos, reguladores e construtores) a criança aprende a identificar os nutrientes de cada alimento e substituí-los por outros que tenham a mesma propriedade nutricional. Podem participar de duas a quatro pessoas e vence o jogo o participante que montar primeiro o seu prato com itens de todos os grupos da pirâmide e completar o caminho do tabuleiro.

Disponível em: <http://www.unifesp.br/comunicacao/ass-imp/#2001D>, acesso em 26/08/2005.

